Recepção de TV pelos integrantes do Movimento Negro: mediações étnicas e do movimento social[1]

Vanessa de Oliveira[2] - Universidade Federal de Santa Maria - Mestranda

Veneza Mayora Ronsini[3] - Universidade Federal de Santa Maria - Docente

Resumo

Este trabalho propõe uma discussão das relações entre movimento social, etnia e televisão. A pesquisa envolve mulheres integrantes do Movimento Negro de Santa Maria, na região central do Rio Grande do Sul e tem como princípios norteadores os Estudos Culturais e a teoria latino-americana da recepção. Apresentamos o movimento social e a etnia como os principais mediadores da recepção televisiva, considerando que a prática da recepção pode fundamentar o sistema de diferenciação simbólica do grupo étnico envolvido, situando-se no debate que considera os discursos midiáticos como produtores de identidades que evidenciam novos sujeitos na cena cultural contemporânea.

Palavras-chave
Recepção, etnia, movimento social.

Introdução

Situamo-nos na região central do Rio Grande do Sul, onde o estabelecimento das colônias italianas[4] e alemãs - conduzidas pelas firmas de colonização[5] desde a metade do século XIX - foi responsável pela visão de um "estado essencialmente branco", excluindo os negros de sua composição identitária.

---

[1] Trabalho apresentado ao NP – Comunicação para a Cidadania, do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

[2] Mestranda em Comunicação Midiática, da linha Mídia e Identidades, da Universidade Federal de Santa Maria. Bacharel em Comunicação Social, hab. Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. e-mail: vanetat@hotmail.com

[3] Professora na Faculdade de Comunicação Social e do Mestrado em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria/RS/Brasil. Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Doutora em Sociologia pela FFLCH da USP, com bolsa-sanduíche na University of California,LA,USA. E-mail: roma5@terra.com.br

[4] No estado, as primeiras colônias criadas foram as de Conde D'Eu e Dona Isabel (atualmente Garibaldi e Bento Gonçalves, respectivamente), instituídas pela presidência da província em 1870. Para ocupá-las, o governo provincial firmou contrato com duas empresas privadas que deveriam trazer 40 mil colonos em um prazo de dez anos. É a partir de 1875 - sob a administração da União que iniciou de fato a imigração italiana. Em 1877, foi criada uma nova colônia para a ocupação de imigrantes, a de Silveira Martins, hoje, município que faz limite com Santa Maria. (Sponchiado, 1996).

[5] As firmas de colonização eram responsáveis pelo loteamento e venda das terras aos imigrantes.

A Revolução Farroupilha (1835-1845) exaltava os ânimos gaúchos, quando os negros fugidos de estâncias do interior do estado ocuparam uma área em Santa Maria, constituindo o quilombo que daria origem ao bairro Nossa Senhora do Rosário. A situação de exclusão em que se encontravam as famílias negras no início do século passado impulsionou a criação de espaços que burlavam a exclusão e criavam novas formas de sociabilidade para os negros, como a Sociedade Negra Treze de Maio[6] e a Irmandade Negra do Rosário[7]. Ainda hoje, o embate entre as etnias se reveste neste patrimônio.

Para esta pesquisa, entrevistamos mulheres integrantes do Movimento Negro de Santa Maria, na região central do Rio Grande do Sul, e tomamos como princípios norteadores os Estudos Culturais e a teoria latino-americana da recepção, apresentando o movimento social e a etnia como os principais mediadores da recepção televisiva, considerando que a prática da recepção pode fundamentar o sistema de diferenciação simbólica do grupo étnico envolvido, situando-se no debate que considera os discursos midiáticos como produtores de identidades que evidenciam novos sujeitos na cena cultural contemporânea.

A interação através dos meios de comunicação e de seu poder simbólico fundamentam a relevância do estudo, no que tange à capacidade desses meios de construírem representações que, de certa forma, estabelecem significados - com papéis relevantes nas relações de poder.

A amostra selecionada para este trabalho obedeceu ao critério da intencionalidade. Foram escolhidas cinco mulheres[8], com variações de idade dos 16 aos 53 anos, participantes do Movimento Negro de Santa Maria. A elas empregamos a entrevista do tipo semi-estruturada (Thiollent, 1980), concedendo liberdade de interrompê-la, contar histórias ou tecer comentários, mas não nos limitamos à técnica da entrevista, desenvolvemos, também, a observação participante. Foram 102 perguntas subdivididas em temas: autodefinição, situação socio-econômica, etnia, Movimento Negro, meios de comunicação e representações de brancos/negros.

[6] A Sociedade Cultural Ferroviária Treze de Maio foi fundada em 1903, por funcionários negros da Viação Férrea. O Clube, organizado pela comunidade negra de Santa Maria, estabeleceu-se como uma alternativa à segregação racial. A sede foi construída a partir da reutilização de materiais de vagões de trens desmanchados.

[7] Em Santa Maria, a Irmandade do Rosário começou a ser organizada em 1873, com o objetivo de congregar negros da cidade. A conformação da irmandade teve como pano de fundo os conflitos e grandes debates nacionais e internacionais como o republicanismo, o protestantismo, o liberalismo e também o escravismo.

[8] A pesar da amostra ser composta exclusivamente por mulheres, não é nosso objetivo trabalhar com a categoria gênero, pois em um segundo momento os homens que integram o movimento social também vão compor a amostra. A atuação ativa no movimento social pautou a escolha das entrevistadas.

Motivos intrínsecos à cultura negra despertaram nosso interesse: as peculiaridades de um modo de vida marcado pela rotina familiar, pelas crenças e ritos e pela ligação através do parentesco, e sua mobilização em torno da etnia.

A temática que nos provoca a refletir sobre a situação dos movimentos negros em território brasileiro não é inédita, mas nos causa estranhamento quando confrontamos os discursos midiáticos como produtores de identidades. De fato, pareceu-nos interessante tentar entender como uma cultura específica e 'organizada' em torno de um movimento social interage com os meios de comunicação de massa, que parecem atuar sobre ela pela difusão predominante de discursos e modelos culturais que geralmente se opõem às suas características e, poucas vezes, viabilizam sinais de reconhecimento. Para isso buscamos a apropriação dos conteúdos televisivos feita pelas participantes do Movimento Negro - suas interpretações e usos -, levando em consideração que o movimento social é baseado em uma identidade étnica, que interage com algumas instituições e tem suas próprias bandeiras de luta.

Mídia e recepção

A análise se ocupa, então, dos usos sociais da televisão, partindo do fluxo televisivo, de modo a perceber as representações construídas, decorrentes da recepção. Além disso, não deixamos de levar em consideração outras instituições presentes no cotidiano das telespectadoras, uma vez que a disseminação da cultura negra também acontece pelo seu intermédio. Não apresentaremos as preferências e as leituras televisivas neste trabalho, pois o nosso objetivo é expor as mediações da etnia e do movimento social.

A idéia de analisar o fluxo, e não um dos programas em específico foi uma tentativa de valorizar o que o receptor espontaneamente apresenta como significativo para ele, e não a escolha, mais ou menos arbitrária, de um programa que o pesquisador considera importante no cotidiano destes receptores. Concordamos com Ronsini (2000, p.34) que o sentido atribuído às mensagens pelos indivíduos advém da leitura contínua (repetição diária de programas) e contígua (sucessão de programas) do fluxo televisual, pois é o fluxo televisual que faz sentido para o receptor.

A recepção é um momento do consumo cultural - que é uma categoria que abarca os processos de comunicação e recepção dos bens simbólicos - e não se constitui em uma relação direta entre dois pólos distantes, o produtor e o receptor. A recepção é vista como um processo de produção de sentido através das mediações.

Como conceito analítico, mediação é utilizado para abordar a relação TV-receptores. Há diferentes formas de conceitualizar mediação. Para Martín-Barbero é uma instância cultural desde onde o público dos meios produz e se apropria do significado e do sentido do processo comunicativo. Em *De los Medios* (2003), desenvolveu o conceito de mediação cultural, em relação à participação dos sujeitos nos movimentos sociais e organizações. Neste conceito assume que a mediação é uma espécie de estrutura baseada nas práticas sociais (políticas) dos sujeitos. É a articulação[9] entre práticas de comunicação e movimentos sociais, entre práticas de comunicação, temporalidade e matrizes culturais (2003 p.233), que vem à tona pelas necessidades de entender a inserção das camadas populares latino-americanas no contexto de subdesenvolvimento e no processo acelerado de modernização.

As críticas à vinculação da comunicação com a cultura ainda acarretam equívocos - não levam a cultura a sério sem cair no culturalismo "que desestoriciza e despolitiza os processos e as práticas culturais" (Martín-Barbero, 2002, p.209); ou ainda, afirmam que pensar a comunicação desde a cultura faz com que se abandone o campo específico da comunicação.

Uma das saídas apontadas para não se cair no culturalismo é a explicitação das mediações, que tornam interagentes os processos de comunicação com estruturas econômicas, políticas e culturais que compõem a sociedade. E pensar a comunicação a partir da cultura contraria o pensamento instrumental que, apoiado nos atuais avanços tecnológicos, tem dominado o campo comunicacional.

A mediação é onde o processo de comunicação ganha sentido, na perspectiva de Martín-Barbero. O mérito dessa nova maneira de conceber a comunicação consiste em saber separá-la dos meios para recriar, explorar e aprofundar o estudo não só através dos meios, mas tomando como ponto de vista a cultura (Orozco, 1999, p.115).

> As trocas no âmbito da tecnicidade e da identidade estão reclamando imperiosamente pensar as mediações comunicativas da cultura, um novo mapa que dê conta da complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura, pois os meios têm passado a constituir um espaço chave de condensação e intersecção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo em que catalisam, hoje, algumas das mais intensas relações de poder. (Martín-Barbero,2002, p. 226)

[9] Paul du Gay descreve a articulação como sendo um processo de conexão - no qual a dinâmica dos 'circuitos de produção' pode ser entendida como envolvendo uma articulação dos momentos da produção, com os momentos do consumo, com os momentos da realização, com os momentos da reprodução (1999, p.3).

As medições socioculturais e suas componentes institucionais e tradicionais como a escola, a Igreja e a família, bem como o surgimento de novos atores e movimentos sociais, introduzem novos sentidos do social e novos usos sociais dos meios. O que acontece é que há uma dificuldade de se pensar "para além das práticas instrumentais" (Martín-Barbero, 2002, p. 227).

A partir das perspectivas de autores latino-americanos, da apresentação dos pressupostos, das metodologias e instrumentos de pesquisa - com suas características e limites - tidas como tendências hegemônicas da pesquisa de recepção e que dão conta da complexidade deste fenômeno, vamos tomar como mediações na nossa pesquisa, a Competência Cultural, através da mediação étnica, e o Movimento Social, ambos perpassados pela Sociabilidade[10], que os atravessa em todos os sentidos. Para estudar estas mediações, partiremos do referencial teórico-metodológico apresentado, no intuito de apreender as especificidades de cada uma delas, tomando a perspectiva das mediações como eixo que articula a construção e o diálogo com proposições de outros autores.

Não é possível compreender o processo das comunicações midiáticas se concebermos isoladamente o momento que ligamos o televisor em determinado horário e escolhemos determinada programação. Este é só um momento, como diz Morley (1992, p.114) dentro de um complexo campo de comunicações, e o mais importante desse processo é compreender a natureza da relação entre este momento e todas as outras "ramificações comunicativas de que participamos". A comunicação midiática esta inserida nos campos de comunicações pessoais e institucionais, onde os indivíduos que são a audiência também se constituem como pais, mães, participantes de um movimento social ou votantes.

A aquisição de novos padrões culturais, de resistência a eles e/ ou de reprodução dos já adquiridos é um produto desta atuação dos indivíduos em diferentes instituições sociais e da atuação destas sobre o indivíduo. Cada uma das instituições possui funções e características específicas, que as distinguem de outras e, às vezes são compartilhadas com outras. O pertencimento simultâneo a várias instituições, como é o caso que analisamos, resulta num referencial múltiplo e inter-relacionado, toda vez que cada instituição luta por impor sua produção de significados como a mais legítima. Nesta

[10] Vista a partir dela, a comunicação é observada como uma questão de fins (constituição do sentido e o fazer e desfazer da sociedade) e não de meios. Tem a ver com as práticas cotidianas de todos os sujeitos sociais que negociam poder e espaço, como por exemplo, os adolescentes que negociam com os pais para ouvir um determinado tipo de música no rádio ou ver um programa específico na TV (Martín-Barbero 2002).

luta, muitas vezes as instituições se reforçam, em outras se anulam, se materializam ou, por seguirem os mesmos objetivos, competem entre si.

Trata-se, portanto de, em uma pesquisa como a nossa, considerar o "poder" da televisão e dos outros meios de comunicação, de forma relacional, explicitando as regras de sua combinação com outras esferas da vida cotidiana e, por outro lado, a relação que as mulheres do movimento social negro estabelecem com cada uma das instituições.

No que tange a relação com a televisão, em sua grande maioria, as mudanças de oferta, apesar da propaganda sobre a produção para uma recepção descentralizada, parecem apontar para um aprofundamento da estratificação social, pois a oferta diferenciada dos produtos está ligada ao poder aquisitivo dos indivíduos. A única coisa que parece importar aos produtores é realmente a inovação tecnológica, enquanto o uso social das potencialidades televisivas parece fora de seus interesses.

Essa é uma das razões pelas quais Barbero propõe o abandono do mediacentrismo, já que o sistema da mídia vem perdendo parte de sua especificidade pra tornar-se um elemento integrante de outros sistemas, como o econômico, o cultural e o político. Na América Latina esse processo de perda é latente pela força com que os movimentos socais tornam visíveis as mediações.

Competência cultural - Etnia

Partimos, então, da categoria mediadora dos usos dos meios de comunicação sistematizada por Martín-Barbero (2003), a Competência Cultural, dando-lhe um novo ordenamento, sem entretanto alterar seu sentido. Essa categoria é constituída por aspectos subjetivos gerados pelas situações objetivas estruturais e processuais no cotidiano.

Como ampliação do conceito que aparece em Bourdieu para nomear o conhecimento de códigos específicos de uma dada forma cultural, isto é, à natureza dos bens consumidos e o modo de consumi-los (Bourdieu, 1991, p. 11), ela reúne inúmeras mediações como educação formal, etnias, culturas regionais, locais, híbridos culturais, memória e imaginários (1989, p.241). É uma forma de capturar as experiências culturais no lugar onde elas se realizam. Na teoria da reprodução de Bourdieu, a competência cultural está relacionada com o habitus[11].

[11] Habitus, esclarece Bourdieu, é o princípio gerador das práticas específicas de classe e o próprio sistema de classificação delas (1989).

No processo de recepção, a competência cultural apresenta uma mediação fundamental, colaborando decisivamente para que os receptores consumam diferentemente os produtos culturais. É toda uma identidade. É uma marcação cultural viabilizada por meio da vivência, da produção cultural dos meios, como não somente um ataque ao que haveria de mais puro, mas também de incorporação dos valores culturais populares (Martín-Barbero, 2003, p. 84-85).

Por competência cultural, consideramos as formas de pensar, sentir, agir, valorar e representar a experiência social que se conformam pela memória, etnia, gêneros, culturas regionais, nacionais e transnacionais. E o consumo cultural midiático participa da conformação da competência cultural. De todos estes aspectos da competência cultural, analisamos em nosso trabalho, a etnia.

Para estudar a mediação da etnia**,** no caso, a identidade étnica, construímos um referencial que articula os conceitos de etnicidade, grupo étnico e identidade étnica. A etnicidade é pensada como uma forma de organização social, onde os grupos étnicos se valem de um conjunto de representações culturais construídas em contextos específicos para marcar sua distintividade diante de outros grupos e do contexto maior em que se situam e para reforçar a organização e a solidariedade grupal – a identidade étnica. A crença na origem comum seria um traço distintivo desta identidade e a memória coletiva um elemento importante na sua configuração.

Identificamos como dimensões-chave deste sistema de representação cultural, os traços de pertencimento e distinção. Trabalhamos também uma concepção móvel, híbrida de identidade étnica, pensando que esta dinâmica é configurada pelo fenômeno da globalização, nas relações com a mídia em geral e, especificamente, com a televisão, que é focalizada na pesquisa. Com base nestas proposições, buscamos definir o sistema de representação relacionado à identidade étnica, especificamente os traços de pertencimento ou distinção, as formas de organização e mecanismos de estabelecimento do grupo e a relação da identidade étnica com o fluxo televisivo.

Definimos portanto, o espaço midiático como sendo o *locus* onde se desenvolve parte significativa das relações étnicas/raciais brasileiras.

> "A mídia funciona, no nível macro, como um gênero discursivo capaz de catalisar expressões políticas e institucionais sobre as relações inter-raciais, em geral estruturadas por uma tradição intelectual elitista que, de uma maneira ou de outra, legitima a desigualdade social pela cor da pele." (Sodré, 1999, p.243)

Dessa forma queremos explorar o sistema de representação da identidade étnica das mulheres negras (categorias de pertencimento), a forma de organização dentro de um movimento social ancorado pela identidade étnica, o convívio no grupo étnico e com a sociedade abrangente, e, a relação com os meios de comunicação através dos reconhecimentos identitários na recepção dos programas.

A etnicidade é um aspecto subjetivo que separa negros e brancos porque reproduz a dicotomia colonizadora, lembranças do tempo dos "senhores e dos escravos". Ela também é responsável por ratificar e fazer lembrar a presença dos negros na composição étnica do Rio Grande do Sul, uma vez que nosso estado é reconhecido pela imigração em massa de italianos e alemães.

A etnia é um aspecto que, ao reiterar os elementos presentes desde a colonização de nosso país, estabelece a diferença. A mediação que verificamos aqui, resultante da herança étnica, permeia as relações entre os negros que pertencem ao movimento e se aceitam como tais e, uma grande maioria que não participa do movimento negro 'e não nutre a consciência étnica', de acordo com as entrevistadas, permitindo ser 'discriminado e também praticando a discriminação'.

Em relação a apropriação dos conteúdos televisivos, especificamente tratando das telenovelas, produto midiático que mais consomem, ressaltamos que, as mulheres lembram em especial daquelas em que a etnia se fazia presente, onde a temática negra era tratada de forma estereotipada e discriminatória, quando não marcadas pela ausência de personagens negros. Estudos como o realizado por Joel Zito Araújo, comprovam tais percepções. Ele analisou 98 novelas produzidas pela TV Tupi, TV Excelsior e Rede Globo, de 1963 a 1997[12]. Com exceção das que tiveram a escravidão como tema, “não foi encontrado nenhum afro-descendente em 28 delas. Apenas em 29 telenovelas número de atores negros contratados conseguiu ultrapassar a marca de dez por cento do total do elenco”. (Araújo, 2004, p.305)

Para as mulheres do Movimento Negro, a TV brasileira, em geral, reforça uma atitude e um sentimento de autodesvalorização em toda a audiência de negros. As festas brasileiras, como carnaval ou o futebol são, com freqüência, apresentadas na programação televisiva como imagens-símbolo do país, sendo ressaltadas por personalidades midiáticas. Os negros, no entanto, percebem que, apesar da televisão transmitir esse tipo de evento na sua programação, eles não aparecem como personagens

principais do processo, mesmo o carnaval e o futebol sendo personificados pela figura do negro.

A ausência, diz Fuenzalida (1999), tem uma primeira 'cara' excludente: não aparecer como ator de um processo de produção, como o criador de eventos que são publicamente elogiados e valorado como importantes para o país. Uma segunda 'cara' desta ausência é a exclusão dos dirigentes que representariam publicamente a esse setor - o Movimento Social nas discussões sociais -, ausência também contrastada com a presença de representantes de outros setores. Uma terceira exclusão é a ausência dos negros como uma cultura com valores próprios e diferentes da dos imigrantes italianos e alemães que se fazem presentes nesta região do estado.

> "A ausência da televisão aparece semantizada como um signo de desvalorização ante si mesmo e ante os demais, como pessoa, como produtor econômico de bens, como agente político e social publicamente relevante e como cultura. Ser excluído da programação televisiva é semantizado como carecer de visibilidade pública e de importância social e afeta a auto-estima coletiva. A exclusão reforçaria simbolicamente um processo de não-reconhecimento como protagonista social, publicamente valorado. Tal semantização de desvalorização não aparece como uma influência direta e mecânica, mas sim, bem mediada através dos comentários familiares e grupais acerca da condição dos negros exibida pela TV" (Fuenzalida, 1999, p. 353).

A unidade e a interpretação da dependência entre o material e o simbólico, para este grupo, pode ser observada no núcleo familiar, pois é nele que simultaneamente encontram-se a unidade básica, o aparelho educacional e ideológico. Ainda que, pela desintegração de alguns de seus costumes, o sentido de "comunidade", que é como se definem, continua latente. A importância do grupo para a sobrevivência da cultura negra também faz da família o núcleo inicial de atuação da consciência étnica. Há uma certa experiência comunitária que é sustentada por estruturas econômicas e simbólicas: modos de vida nos quais a família é a unidade chave, um conjunto de crenças e práticas materiais que são adequadas a esta situação. A própria participação no movimento social foi, para a maioria das entrevistadas, influenciada pela família.

A conservação da cultura negra, na opinião da maioria das entrevistadas, esbarra nas novas relações sociais da etnia com o contato que todos têm com a vida urbana e os

[12] Em seu trabalho Araújo identifica os personagens reservados para o ator e a atriz negros, examina como eram caracterizados, e os papéis ocupados: protagonistas, antagonistas, personagens secundários, bem como as causas dos estereótipos apresentados.

meios de comunicação. Entendem que as famílias que vivem no ambiente rural têm mais 'facilidade de conservar a tradição e a cultura', pois apesar de manterem contatos com outras etnias (não isoladas), há ainda 'uma cultura rural que fica', idealizada pelas entrevistadas, que dão como exemplos as comunidades quilombolas.

A etnia medeia as questões relacionadas a submissão negra aos 'brancos'. Para as mulheres, é na diferença étnica que está a resposta para a decadente situação sócio econômica da população negra brasileira. Assim, encontram nas relações étnicas do passado, as respostas para problemas que os negros vêm enfrentando em nosso país atualmente, como o desemprego e a sub-educação.

A mediação do movimento social

As contradições urbanas deveriam ser propulsoras das transformações sociais, mas esta não é uma relação linear e, mesmo situações de extrema exclusão, não levam à mobilização. A mobilização só acontece quando os indivíduos articulam-se e reivindicam em torno de objetivos específicos ou gerais. A partir daí podemos dizer que um movimento social nasce da "potencialização de reivindicações que se articulam em formas organizativas, capazes de abrir espaços sociopolíticos sólidos e coletivos" (Kowarick, 2000, p. 57). Além disso, enfrentam o poder (estatal) existente, com um novo poder social, que altera o poder político. Buscam, enfim, reafirmar a identidade de seus membros e uma nova rearticulação com a sociedade que os rodeia.

Na América Latina, reunir as classes populares cujo denominador é a situação comum de exclusão (quanto a benefícios socialmente básicos) é uma das características dos movimentos sociais, constituídos de múltiplas esferas reivindicativas que se transformam em lutas coletivas. No Brasil, demonstram muita variedade e mutabilidade, mas têm em comum a mobilização individual baseada num sentimento de moralidade e (in)justiça e num poder social baseado na mobilização social contra as privações (necessidades básicas, mas também a privação identitária). O Movimento Negro, por exemplo:

> "tornou-se enunciador de um discurso-enunciado que projeta os atores desse discurso e suas coordenadas espaço-temporais. Tal discurso confronta os enunciados produzidos por outros grupos econômico-sociais em busca de verdades absolutas. Ao discurso ideológico hegemônico das classes dirigentes pretensamente 'brancas', se contrapôs o discurso de setores dos grupos subalternos" (Conceição, 2005, p.24).

A segunda das mediações que apreendemos é a que se dá pelo Movimento Negro. Em Santa Maria é um movimento social que, recentemente, teve suas reivindicações atendidas e reunidas em uma "Coordenadoria de Políticas Públicas para a comunidade negra", criada no dia 13 de maio de 2003. Os participantes desse movimento social emergem, assim, como novos atores na luta pela promoção da igualdade étnica. É no pertencimento ao Movimento Negro que as mulheres dizem recuperar a cultura negra, como se ela fosse um suporte - diante de outros vínculo precários - capaz de garantir seus direitos básicos e seu pertencimento.

As entrevistadas de nosso estudo participam ativamente da militância. O objetivo principal do Movimento Negro da cidade é mobilizar e organizar os integrantes na busca de fins materiais e não-materiais, que consideram que lhes foram negados injustamente. São agentes importantes da transformação social, e uma razão de sua importância é o vazio que eles preenchem em espaços nos quais o Estado e outras instituições sociais e culturais são incapazes de atuar pelos interesses de seus membros.

Como outros movimentos minoritários, o Movimento Negro de Santa Maria tenta abarcar outras classes e estratos socais, servindo não só para lutar contra a privação, mas, ao fazê-lo também afirma a identidade das pessoas envolvidas no movimento e, talvez, a identidade daquele "nós" pelos quais os movimentos atuam.

Tem uma base popular substancial, embora grande parte de sua liderança e de suas demandas provenham da classe média - as mulheres que fazem parte da amostra pertencem à classe média. Embora possivelmente a maior parte das reivindicações do Movimento esteja relacionada com uma situação de privação cada vez mais grave e com uma mobilidade social reduzida ou invertida e, portanto, tenha uma base econômica, estas reivindicações se expressam principalmente por meio de sua lealdade com relação às demandas étnicas.

Estes novos atores sociais, surgidos no período da redemocratização do país, se definem principalmente como novos interlocutores, que querem a entrada na esfera pública, em um processo de redefinição dos debates e pela definição de temas e de pautas comuns a toda sociedade, que consideram questões públicas. Os movimentos sociais negros - culturais e políticos - parecem se enquadrar plenamente neste processo. Um processo marcado pelo redirecionamento de questões da esfera privada - a cor da pele, o racismo que opera no plano da relações interpessoais como a religião afro-brasileira, o cotidiano imediato e periférico dos bairros negros, etc. - para a arena pública, através da inclusão da discursividade negra, como um novo sujeito, como um

pólo ou eixo de articulação de várias vozes que se encontram neste processo de enunciação coletiva (Costa, 1997).

A razão da militância negra, na atualidade, exprime a insatisfação com os meios de comunicação de massa brasileiros e, conforme a análise[13] feita por Conceição, nas raras vezes em que a temática negra é abordada, os meios não deixam de "abrir mão do discurso social hegemônico e, se põem, em ocasiões especiais, marcadas por grandes efemérides, a considerar os grupos discriminados como valor de uso, troca e consumo" (2005, p. 26).

Só nos anos 90, amparada por pesquisas mercadológicas sobre o público consumidor negro, como "*Qual é o pente que te penteia - o perfil do consumidor negro brasileiro*", é que a mídia percebeu que este grupo poderia atrair bons investimentos. Realizada em 20 estados do nosso país, a pesquisa revelou que os negros integram 1,7 milhão de famílias com elevado nível de escolaridade, 45% têm o colegial completo e 34% têm o curso superior concluído, e sua renda familiar é de aproximadamente dois mil dólares mensais. A partir de revelações sobre o público negro e com o surgimento de novos veículos de linha editorial específica, surgiram produtos destinados para esse público como a revista Raça Brasil[14].

Os meios de comunicação produzem efeitos importantes para as integrantes do Movimento, em particular, parecem influenciar muito quando tentam definir quais temas são importantes, e como devem ser discutidos. Nas palavras das entrevistadas, a invisibilidade na televisão, da cultura negra e de seu trabalho em um movimento social, se reflete no desconhecimento das conquistas e ações realizadas.

Woodward (2000), em sua definição de identidade como diferença, constata que algumas diferenças são, em determinados momentos e em determinados lugares, mais importantes que outras, como por exemplo a assumida pelas integrantes do movimento social em torno da etnia. A identidade marcada pela diferença pressupõe, então, a exclusão. Neste caso as mulheres que pertencem ao Movimento Negro tanto são excluídas de uma suposta identidade étnica (de imigrantes italianos e alemães) que

[13] A análise feita abordou o projeto de cobertura da Folha de São Paulo, sobre os 300 anos da morte de Zumbi dos Palmares.

[14] A revista Raça Brasil foi lançada em setembro de 1996 e nomeava-se a "revista dos negros brasileiros". Teve sucesso de venda e marketing no primeiro ano de circulação, chegando a alcançar a tiragem de 200 mil exemplares. A Raça Brasil não foi a única revista voltada para o segmento afrobrasileiro surgida na década de 90, mas a melhor sucedida. Na mesma época também circulava a revista Black People, que já lançava seu quinto número quando a Raça entrou para o mercado. Esta revista chegou a ter circulação nacional de 50mil exemplares, mas diferente da revista Raça Brasil, a cobertura e linha editorial seguidas eram mais próximas ao discurso do movimento negro (Conceição, 2005, p.135-138).

representa nosso estado, bem como excluem aqueles que assumem a identidade étnica negra com pretensões de tirar 'proveito das políticas públicas conquistadas pelo movimento'. Para Guimarães (2002) é uma espécie de vício do nosso povo, de pegar carona sem dividir os custos. A divisão entre negros e brancos está presente no cotidiano, ainda que outras formas de classificação pareçam escondê-la. Parece claro que a estratégia de se definir como 'preto' ou 'negro', como qualquer estratégia, implicará em vantagens e desvantagens desde que o Estado garanta a coerência da autoclassificação, o que não seria muito fácil de fazer" (Guimarães, 2002, p. 74).

No Movimento Negro de Santa Maria, uma das principais reivindicações é pela visibilidade da cultura negra, que não dispondo de 'espaço nos meios de comunicação', tenta se consolidar através do conhecimento de fatos que marcaram a comunidade. Historicizam a experiência, baseando-se no que consideram a 'verdadeira tradição negra', fazendo um apelo a um passado que foi reprimido e obscurecido, em favor de determinados grupos étnicos, especialmente pelos meios de comunicação. A identidade negra, hoje, é revelada como um produto da história.

Afirmam que o Movimento só tem espaço na imprensa local quando já atingiu objetivos concretos, quando as ações já 'tomaram formas materiais', e dão exemplos de matérias veiculadas, como a restauração do museu Treze de Maio[15], e o Primeiro encontro de Clubes de negros[16]. O Movimento também esta na mídia quando ela precisa cumprir agenda, 'como crianças nas escolas que estudam as datas festivas'. A falta de visibilidade do Movimento na imprensa é atribuída à organização comercial e à dependência financeira das empresas responsáveis pelos meios de comunicação.

Reclamam por demandas como o combate às desigualdades na distribuição de renda e ao acesso ao serviço público, que exigem políticas afirmativas, e encontram, hoje, grande resistência. A amplitude das demandas só aumenta o ativismo político.

Considerações finais

[15] O museu Treze de Maio funciona nas instalações do antigo Clube. É a primeira entidade destinada ao estudo e valorização da história da cultura negra no Rio Grande do Sul.

[16] O I Encontro Nacional de Clubes e Sociedades Negras, também foi um trabalho realizado pelo Movimento Negro de Santa Maria. Representantes de 25 cidades gaúchas e de seis outras cidades brasileiras participaram do evento que resultou na realização da *Carta de Santa Maria*, que apresenta algumas das propostas construídas durante o encontro com o objetivo de gerar uma pauta nacional para o poder público. Entre os pontos sugeridos destacam-se o reconhecimento dos clubes e sociedades negras como Patrimônio Histórico e Cultural Afro-brasileiro; a implementação de ações afirmativas na área de educação a serem desenvolvidas nos clubes e sociedades negras, como inclusão digital, geração de trabalho e renda, esporte, reforço escolar, curso preparatório para concursos e pré-universitário; e, por fim, a criação de uma rede nacional de clubes negros para trocas de informações e experiências.

O Movimento Negro em Santa Maria preserva sua organização e a identidade étnica enquanto consegue prescrever para seus integrantes, princípios de orientação da conduta social marcados por valores próprios e também pela identidade étnica. Princípios de conduta que, ao serem vividos por seus membros nos seus relacionamentos com os outros, traçam concretamente seus próprios limites de etnicidade: do ser sujeito de um grupo étnico.

Na fronteira imaginária existente entre negros e brancos, os primeiros tentam ultrapassar os limites que lhes foram estabelecidos pela sociedade abrangente, impostos através do que chamam "aversão racial". Entre as tensões e conflitos que a situação de exclusão os expõe, existe uma que tem a ver diretamente com sua identidade. Aos poucos, os negros – de modo individual ou coletivo – oscilam entre assumir "a negritude" ou continuar negando e, até mesmo, mantendo um posição discriminatória. Munanga (1999) observa que essa falta de concordância acerca da "autodefinição" - existente entre os afro-descendentes politicamente mobilizados por meios dos movimentos negros e das bases negras que formam a maioria sem mobilização alguma - é o problema central na construção de uma identidade coletiva dos afro-descendentes.

Quanto à mídia, o Movimento Negro está atento ao que os meios de comunicação veiculam com relação aos afrobrasileiros. Nem sempre essa relação é pacífica e, algumas vezes, chega a influenciar mudanças no conteúdo e tipo de abordagem feita pelos meios de comunicação. A recepção dos conteúdos midiáticos sofre a influencia direta da mediação étnica, universo de pertencimento ao qual estão ligados os componentes do movimento social.

Não há, no Brasil, políticas governamentais decisivas, que pressionem pelas mudanças nesse campo midiático. Como argumenta Conceição (2005), o Estado passa seu papel de regulador para o mercado, que define também o que deve ou não ser transmitido pela mídia, especialmente no que tange ao processo de relações raciais. Nas representações midiáticas "o 'negro' é um diferente já não mais singular, mas idêntico a si mesmo na base de traços idealizados de negritude, onde se minimiza a dimensão política em favor da promoção de uma auto-estima individual, estético-mercadológica" (Sodré,1999,p.255). Como conseqüência, os instrumentos de informação dão continuidade à histórica discriminação dos afrodescendentes.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Joel Zito Almeida de. *A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira*. 2 ed.

São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1991

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *Identidade, etnia e estrutura social.* Livraria Pioneira Editora: São Paulo, 1976.

CONCEIÇÃO, Fernando. *Mídia e etnicidades: no Brasil e nos Estados Unidos*. São Paulo: Livro Pronto, 2005.

DU GAY, Paul et. Al. *Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman*. London: Sage, 1999.

FUENTES, André Gunder; FUENTES, Marta. *Dez teses acerca dos movimentos sociais.* Lua Nova, Revista de Cultura e Política, n° 17, junho de 1989.

FUENZALIDA, Valério Fernández. Gêneros televisivos y cultura del protagonismo**.** In: *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Gullermo Sunkel (org). Santafé de Bogotá: Convênio Andrés Bello, 1999.

GUIMARÃES, Antônio Sérgio Alfredo. Classes, raças e democracia. São Paulo: Ed. 34, 2002.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

KOWARICK, Lúcio. *Escritos urbanos*. São Paulo: Editora 34, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo. Travessias latinoamericanas de la comunicación en la cultura.* México/Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1992.

OROZCO GÓMES, Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa.* Guadalajara: IMDC/Universidad Nacional de La Plata, 1999.

RONSINI, Veneza M. *Cotidiano Rural e Recepção da Televisão: o caso Três Barras*. 1993. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Universidade de São Paulo, 1993.

_____. *Entre a Capela e a Caixa de Abelhas – Identidade cultural de gringos e gaúchos*. Tese de doutorado. São Paulo: FFLCH/USP, 2000.

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros. Identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1999.

SPONCHIADO, Breno Antonio. *Imigração & 4ª Colônia: Nova Palma & Pe. Luizinho*. Santa Maria : Universidade Federal de Santa Maria, Pró Reitoria de Extensão, 1996.

THIOLLENT, Michael J.M. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. [?]: Polis, 1980.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.